



SÉRA BÁLINT

## Hiteles hamisítvány (touristofdeath.com)<sup>1</sup>

Két héttel a New York-i ikertornyok pusztulása után kezdte máig tartó kirándulását az interneten egy fénykép, a tornyok egyikének tetején pózoló fekete sapkás, szemüveges turistával, háttérben a madártávlatból látható várossal – és egy hatalmas utasszállító repülővel, amelyet éppen a toronnyal való fatális ütközése előtt kaptak lencsevégre. A kép lánclevelek csatolmányává vált és hamarosan létrejöttek a kizárólag ennek a fotónak szentelt, elképesztő látogatottsági adatokat produkáló weboldalak, köztük az egyik első, a *touristofdeath.com*. Noha az internet (néha túlságosan is) kedvező klímát nyújt az efféle jelenségek burjánzásához, az újabb és újabb esetek vizsgálói ritkán lépnek túl a terjedés (sebessége és szélessége), illetve a variálódás feletti ámulatuk rögzítésénél. Ennek a felületesnek természetesen nem a szerzők, hanem a mögöttük rejlő elmélet az oka: a genetika mintájára teremtett memetika ugyanis nem mutat érdeklődést az öröklődő tulajdonságok iránt, mert azok az öröklés szempontjából lényegtelenek. A *halál turistája* és a szájat mégis olyan figuratív viszonyban van a variálódás vagy éppen a terjedés fogalmával, ami rácsafol a mémek „önzését” hangoztató eszmékre.

A fénykép története a kortárs városi legendák klasszikus esete: már feltűnése után két héttel nyilvánvalóvá vált, hogy ügyes kézre valló hamisítvány. Elég sokan észrevették ugyanis, hogy abba a toronyba, amelyiknek turistaként fel lehetett menni a tetejére, nem a képen látható irányból csapódott bele a repülő, vagy hogy a turista túlságosan is téliesen öltözött a kora őszi meleghez képest, és hogy a támadás idején, reggel fél nyolckor az épületet még nem is látogathatták turisták. Azt már csak a repülésben járatos szemlélő vehette észre, hogy a képen látható gép típusa sem stimmel. Ha korábban is szédületes tempóban terjedt az akkor még főként tragikus felhangú kép, a lelepleződéséből származó ironia talán a korábbinál is nagyobb lökést adott neki, akkorát, hogy még tavaly, három évvel a terroristámadás után is volt aktivitás a weboldalon. Az első lebukást a képen látható turista önleleplezése is követte: egy brazil vállalkozó beismerte, ő látható a képen. Amikor az *Index*<sup>2</sup> internetes újság lehozta ezt a hírt<sup>3</sup>, több olvasója is figyelmeztette, hogy valójában nem a brazil vállalkozó látható a képen (aki vicces barátok kezét gyanította a kép mögött), hanem egy magyar ismerősük. Az *Index* utánajárt az újabb fejleménynek és interjút<sup>4</sup> is készített a turistával, akárcsak a híres számítástechnikai magazin, a *Wired*<sup>5</sup>. Sőt, az se maradt titok, hogy a hamisítás – a repülőgép rámontírozása egy valódi turista-felvételre – is az ő műve. Mint mondta, a barátainak szánta, viccből.

<sup>1</sup> A tanulmány első változata az *isite.hu* kritika-rovatában jelent meg ([www.isite.hu/index.php?o=0&hid=465&nyelv=1&k1=5&k2=61](http://www.isite.hu/index.php?o=0&hid=465&nyelv=1&k1=5&k2=61))

<sup>2</sup> [www.index.hu](http://www.index.hu)

<sup>3</sup> <http://index.hu/tech/net/touristguy/>

<sup>4</sup> <http://index.hu/tech/net/realtouristg/>

<sup>5</sup> <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,48397,00.html>

A memetika szerint tehát semmi oka nincs annak, hogy ez a kép ennyire gyorsan terjedt el, hiszen a mém, akárcsak a vírus, semmit sem tesz, csak sokszorosítja magát, terjedését nem befolyásolja sem az, hogy igaz-e vagy hamis, sem az, hogy csúnya-e vagy éppen szép. Bár az internettel foglalkozó kritikák nagy része ezt az elméletet demonstrálja, a városi legendák (a leggyakrabban említett példái a mémeknek) gyűjtésével foglalkozó *Snopes.com* mégis komoly energiát fektet a különféle tematikus csoportokba osztott legendák autentikálására, és a hiteltelennek ítélt esetekben igyekszik magyarázatot találni a terjedésre. Turistánk kapcsán a *Snopes.com* például a kép hatásával magyarázza a népszerűségét: „nyilvánvaló, hogy élete utolsó másodpercének egyik pillanatát ragadta meg... és egyben a normalitását is, mielőtt a világ mindannyiunk számára megváltozott volna”.<sup>6</sup> Ez a magyarázat kétségkívül nosztalgikusan idézi fel azt a bizonyos elveszett, eredeti, romlatlan világot, hiszen a szeptember 11-e előtti világ normalitásáról szóló előfeltételezésének bizonyítékait homályban hagyja. Másrészt, és ez sokkal lényegesebb, az idézett magyarázat csak arra vonatkozik, miért terjedhetett az akkor még igaznak vélt kép, és legfeljebb csak implikálja, hogy a csalás leleplezése miért nem fékezte le. A kép hatását magyarázó nosztalgikus általánosítás – hogy a turista a világ megváltozását jelöli annak hiánya segítségével – ugyanis paradox módon akkor is érvényes marad, ha maga a kép már nem az. Nem sokkal később, távolságtartó múlt időt használva, a *Snopes.com* szerzője ki is mondja ezt: „Bár a kép nem volt valódi, az általa felkeltett érzelmek igen”.<sup>7</sup> Ezzel az olvasatok közti áttétel megduplázódik: a hamisítvány egy lehetséges valódit jelöl, ami pedig már azt a bizonyos utolsó pillanatot. A magyarázat a kép hatása felől, ami nagyon is valódi, végül hitelesíti a nem sokkal előbb leleplezett hamisítványt.

A hitetlen hitelesítésének mozzanatát (a hamisított kép, ami egy lehetséges valódi kép jelölője) megalapozó szinekdochikus olvasat (a képen lévő turista, a torony tetején lévő korlát stb., azaz részei helyettesítik az egész terrortámadást) valójában inkább referenciális: egy kép a valóság konkrét, történeti eseményére, a szeptember 11-ei támadás egyik célpontjára, egy (földrajzilag, történetileg) viszonylag pontosan meghatározható tárgyra utal. Ez a referencialitás, amely – az ideológiához hasonlóan (ez kifejtendő bővebben, akár lábjegyzetben is, már, hogy miért van hasonlóság) – úgy tesz, mintha már nem jelölés, hanem jelölt volna, az értelmezés és a jelölés lezárulásának illúzióját keltheti; a *Snopes.com* legalábbis a fenti mondatlallal befejezte azt. A kép későbbi sorsa azonban megkérdőjelezi ezt a lezárást, hiszen a *touristsofdeath.com* szájton több ezer hasonló képet találunk, amelyek mind az első elemeinek felhasználásával készültek és – lévén az eredeti(k) másként való újramondásai, vagy, mivel montázsokról van szó: applikációi – minden különösebb bonyodalom nélkül tekinthetők értelmezésnek, még ha nem is reflektáltak (sok szempontból azért mégiscsak professzionálisabbak, mint a *Snopes.com* vagy az *Index* kritikusaik olvasatai).

Ha megnézzük a fényképet egy kicsit közelebről, elég sok indokot találhatunk arra, hogy miért nem végső magyarázat a szinekdochikus vagy a referenciális – bár elég volna csak egy futó pillantást vetni a kép különféle (internetes) helyeken feltűnő címekre, hogy

<sup>6</sup> <http://www.snopes.com/rumors/crash.htm>

<sup>7</sup> uo.





kiderüljön, mit hanyagoltak el az *Index* vagy a *Snopes.com* kritikusai. Akármelyik címváltozatot vesszük ugyanis – *Tourist of Death*, *The Accidental Tourist* vagy *The Last Tourist* –, mindegyikben ott találjuk a *turistát*, amelyet minden olvasat ignorált a sokkal magasztosabb „halál”, „utolsó” minél jelentőségtejtelsebb szereplése érdekében. A magaskultúra egyébként is szeret elfeledkezni a turistáról, aki pedig mindenhol ott (nem is annyira) rejtőzik. Holott a kép jellegzetes turista-felvétel: egy hagyományos portrén a szereplő van a (vizuális) középpontban, és a háttér szimbolikus értékeket hordoz (a társadalmi szerepéről stb.), itt viszont egy látvány(osság) és egy ember találkozásának tanúja a kép. A hátizsákos turista félrehúzódik, hogy látszódjon, hol készült a kép, de hiába, mert a látvány, a madártávlatból szemlélt városkép nem beszél önmagáért. A kép feltételezett – repülő nélküli – eredetijére ránézve aligha mondhatnánk meg, hogy a World Trade Center egyik tornyának tetején áll, végülis bármelyik nagyváros bármelyik magas épületéből körülbelül ez a látvány tárulhatna elénk. Más látványosságokhoz képest még feltűnőbb ez a hiányosság: gondoljunk egy képre a párizsi Eiffel-torony, vagy egy egyiptomi piramis előtt pózoló turistával, amelyek szinte minden szemlélő számára azonnal nyilvánvalóvá tennék, hogy hol készültek. Ez a kép, a repülő nélkül, haszontalan tanú volna.

A legismertebb turizmus-elmélet<sup>8</sup> azzal a kényszerrel magyarázza a széles társadalmi jelenség dinamikáját, amely a turistában alakul ki amiatt, hogy úgy érzi, állandó lemaradásban van: minden turista valódi utazó szeretne lenni, valódi helyeket meglátogatni, olyan látványosságokkal találkozni, melyek láttán felkiálthat: „Na, ez francia!”. Mivel aligha tartathatjuk az Eiffel-tornyot eredetibb franciának akármelyik francia épületnél (részben a „franciá”-val van probléma), csak arra következtethetünk, hogy az eredeti itt valójában valami olyasmit jelent, amit úgy lehetne parafrázálni, hogy „igen, ez az, amire mindenki azt mondaná, hogy ez eredeti”. Az *eredeti* eszerint nem egy tárgy tulajdonsága, hanem egy látható vagy láthatatlan pecsét, amely igazolja az tárgy eredetiségét. Egy útikönyv utalása, egy képeslap, vagy éppen baráti beszélgetések olyan mondatai, hogy „ha Párizsban jársz, semmiképp ne hagyd ki az Eiffel-tornyot!”: mind ilyen pecsétek. Jonathan Culler MacCannel nyomán markernek nevezi ezeket, és aszerint csoportosítja őket, hogy fizikailag hozzátartoznak-e a látványossághoz (például az „Itt született Petőfi Sándor” feliratú emléktábla), vagy sem (egy képeslap ugyanerről a házról vagy tábláról).<sup>9</sup>

Bár az autenticitás nem egy-egy dolog immanens tulajdonsága, hanem mindig utólagos megjelöltség, a fogalom mégis ennek az ellenkezőjét sugallja: ahhoz, hogy valami autentikus legyen, arra volna szükség, hogy sose találkozzon a nem-autentikussal, azaz hogy minden közvetítéstől és jelöléstől mentes legyen. Az, hogy a turista mégis mindig az autentikust keresi, éppen azért van, mert ennek a szemiotikai paradoxonnak többé-kevésbé tudatában is van. Érdeklődése valójában egyáltalán nem a tárgyra, mondjuk az Eiffel-toronyra irányul, hanem a tárgy és a markere közti kapcsolatra – ezért kell neki mindig elmondani (utikönyvnek, idegenvezetőnek, bennszülöttnék), hogy *mit, milyen marker és tárgy kapcsó*

<sup>8</sup> Dean MacCannel: *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. New York, 1976, Shocken.

<sup>9</sup> Jonathan Culler: *The Semiotics of Tourism*. In *Framing The Sign: Criticism and Its Institutions*. Norman-London, 1988, University of Oklahoma Press. 153-167.



latát látja. Önmagában a tárgyak látványa ugyanis nem elég, mondjuk egy vízesés, mert tudnia kell azt is, hogy a *Niagara* vízesést nézi éppen, ami a világ egyik legfenségesebb tája – legalábbis a markerei szerint. Épp úgy jár el – erre is MacCannel hívta fel a figyelmet –, mint egy kritikus vagy egy teoretikus, aki egy szöveg és az interpretációja közti kapcsolatra, a jelölésre kérdez rá örökösen, akár sajátja, akár maga az (irodalom)történeti hagyomány a kérdéses interpretáció.<sup>10</sup>

Sok turista (és teoretikus) azonban nem elégszik meg ezzel a turisták és markerek elárasztotta szemiotikai játéktérrel, és *eredeti, autentikus* helyek után indul, ahogy mondani szokás, letér a kitaposott ösvényről. De ez, miközben az egyik legkevésbé „eredeti” szándék, valójában lehetetlen is. Minden emberi tárgy egyben társadalmi tárgy is, és mint ilyen, része egy szemiotikai kódrendszernek, még akkor is, ha nem jelöl mást, mint saját magát mint pusztá tárgyat. Ennek a rendszernek a szemiózisa természetesen sokkal zavarosabb képet mutat, mint egy-egy természetes nyelv, de ez nem vonja kétségbe magának a jelölésnek a tényét. Például egy kockás ing jelentheti azt is, hogy a viselője favágó, azt is, hogy farmer, vagy programozó matematikus, de azt is, hogy bölcsész egyetemi tanár. Az utóbbi (is) azért hordja a kockás inget, mert semlegesnek érzi, azaz olyan tárgynak, amely kívül van a markerek világán; pedig azért értelmezheti semlegesnek, mert számára az a ruhadarab csak saját magát jelöli. Nem-zakó és nem-melegítőfelső: a jelrendszerek éppen ilyen hiányokon alapulnak. Ugyanez a helyzet a turista-látványosságokkal. Azok a helyek, amelyek az ilyen (magát a többenél sokkal elmélyültebbnek tekintő) turista számára „autentikusak”, vagyis nincsenek táblátskával vagy képeslapokkal megjelölve, valójában mindössze nem-autentikálként vannak megjelölve. De, és ez a lényeg, meg vannak markírozva. Ebből következik, hogy nincs kódrendszeren kívülség, közvetlenség, noha az *autentikus* nyugati fogalma ennek az illúzióján alapul (autentikus népzene, autentikus francia konyha, autentikus élmény). A turista tehát, amikor letér a *kijelölt* ösvényről, mindig csak egy nem-kijelölt ösvénynek kijelölt ösvényre léphet, és mivel bizonyos szempontból nagyon is reflektáltan viszonyul a jelölő és a jelölt kapcsolatához (sőt, a fentiek értelmében éppen ez, a jelölés az, ami érdekli), kénytelen mindig csak hitelesített, és a hitelesítéssel máris hiteltele-nített helyeket látogatni.

Amikor a fényképen látható turista odarakta a repülőgépet egy korábban valóban a World Trade Center egyik tornyának tetején készült képre, nem hamisított, hanem éppen ellenkezőleg, *hitelesített*, feltűntette rajta az eredetiség bélyegét: a hamisított változaton lévő repülő és a kilátás együttese immár egyértelműen kijelöli, hogy *annak idején* a World Trade Center tetején állt. Azaz, valamivel teoretikusabban, egy korábban nem megfelelőnek érzett markert (a kilátást) kiegészített egy sokkal egyértelműbb markerrel – bizonyítva, hogy a turistát valóban a jelölés érdekli leginkább, nem pedig maga a jelölt. Különösen azért zavarbaejtő a hamisítás és a hitelesítés ilyen együttese, mert nem tudunk egyértelműen egyik javára se dönteni.

<sup>10</sup> Georges Van Den Abbeele (Sightseers: The Tourist as Theorist. Diacritics, Vol. 10, 1980, 2-14) egyenesen dekonstruktornak tartja a turistákat, mert a marker logikája szerinte a derridai szuplementumét követi.



Amikor szerzője viccesnek nevezte ezt a módosítást, valójában a gesztus ironikus voltára utalt („Vicc volt, és a barátaimnak szántam, nem ilyen széles közönségnek” [Wired]), arra az örökös lemaradásra reflektált, ami miatt a turista újra és újra útnak indul. Hiszen a hely, amelyet eképpen jelölt meg, akkor már egyáltalán nem létezett (éppen az egyik leggyakrabban használt marker, rom volt).

Ez az – ellentétek egyidejű jelentetéből kirobbanó – ironia köszön vissza a *touristofdeath.com* szájton található többi képen is, amelyeket névtelen felhasználók töltöttek fel. A képek mind az elsőre válaszolnak ironikusan, legtöbbször egyik-másik elemének más környezetbe emelésével: találunk itt Waldót (így nevezték el a turistát, mielőtt kiderült volna a hamisítás/hitelesítés) a Marson, a Titanic katasztrófája előtt, vagy a híres Che Guevara-plakáton pózolván. Az a gesztus, amelyik a turista képét a Mars híres fotójára helyezi, allegorikus megismétlése annak, ahogy a turista helyezte az egyszerre hamis és hiteles jelet az eredeti képre, hiszen az így létrejött kép elmeséli azt is, ahogy az első kép készült.

Túl azon, hogy a maga módján majdnem mindegyik változat szellemes (leszámítva néhány alpári darabot), sorozatként újabb és újabb allegorikus rétegeket alkotnak. Waldo, a turista alakja, amint egyik képről a másikra vándorol, a mindenkor turista utazásait allegorizálja, aki a 19. század óta tűnik fel jellegzetes alakjával: jegyzetömbjével, kamerájával, útikönyvével a világ autentikus helyein. Az a feltűnő idegenség, ami a turistát a háttérben látható újabb és újabb tájaktól annyira elkülönözteti, a terror jelképe, amint a legváratlanabb helyeken, teljesen kiszámíthatatlanul felbukkan. A tetőn pózoló ál-áldozat, ami a *Snopes.com* értelmezője szerint mind a mai napig kiválthatja a nagyon is valóságos döbbenetet, ugyanakkor terrorista is, ha a turistaparadicsomok lakóinak szemszögéből nézzük: az idegen világok, például a Mars meghódítása sokakban idézheti fel a (rég) kolonizáció rémképét. És végül a turista saját olvasatunkat is allegorizálja, hiszen újabb és újabb jelentéseket nyer, újabb és újabb helyekre látogat el a megérkezés reménye nélkül, az egyszer-és-mindenkorra való eltévedést kockáztatva. Mint minden olvasás, elmeséli saját kudarcát is: a halál turistája sose hal meg.

Amikor a *Snopes.com* a városi mítoszok eredetét és hitelességét, azaz referenciális értéküket próbálja feltárni, alaposan elvétí a cél: a téma egyik leghíresebb kutatója, Lévi-Strauss szerint a mítoszok elsősorban éppen az ilyen oppozíciók, mint a valóság vagy a fikció, az azonosság és a különbözőség feloldásának, azaz használatának lehetetlenségét viszik színre.<sup>11</sup> Maga az utazás is tekinthető mítosznak, nemcsak azért, mert majd minden mítosznak szerves eleme az utazás, és ezért minden utazás egyben egy mitikus cselekvés rituális megismétlése, hanem főként azért, mert a szereplők és a narratíva elemeinek segítségével felmutatja jónéhány oppozíciónk, ezáltal éppen a hiteles és hamis tarthatatlanságát.<sup>12</sup> Waldo, a turista utazása képről képre a *touristofdeath.com*-on egyben az útleírás satírája is, az útleírások pedig mitikus, avagy ideológiai gépezetek – ahogy arra már Lévi-

<sup>11</sup> Claude Lévi-Strauss: A mítoszok struktúrája. In Strukturális antropológia I., Bp., 2001, Osiris Kiadó. 164-183. (Saly Noémi fordítása)

<sup>12</sup> Vö. Hajdú Gabriella: Az utazás mint modern mítosz. In Fejős Zoltán (szerk.): Turizmus és kommunikáció. Budapest-Pécs, 2000, Néprajzi Múzeum -PTE Kommunikációs Tanszék, 191-200.



Strauss is felfigyelt<sup>13</sup>. Ezért egyáltalán nem tekinthetjük véletlennek, hogy éppen egy fiktív turista-felvétel az, ami olyan hihetetlen méretekben terjedt el a World Trade Center tornyaiinak leomlása után, amelyeket, ne feledjük, a modern nyugati toladódás emblémájának tekinthető tömegközlekedési eszközökkel, *polgári* utasszállító repülőgépekkel támadtak meg.



<sup>13</sup> „Semmi sem hasonlít annyira a mitikus gondolkodáshoz, mint a politikai ideológia.” i. m. 166.